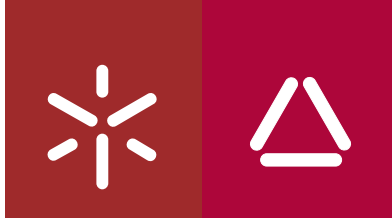


Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Geremias de Sousa Furtado

Rádio Renascença: um caso de sucesso na convergência jornalística? Experiência de estágio e considerações críticas



Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Geremias de Sousa Furtado

**Rádio Renascença: um caso de sucesso na
convergência jornalística? Experiência de
estágio e considerações críticas**

Relatório de Estágio
Mestrado em Ciências da Comunicação
Área de Especialização em Informação e Jornalismo

Trabalho realizado sob a orientação da
Professora Doutora Maria Zara Pinto-Coelho

DECLARAÇÃO

Nome

Geremias de Sousa Furtado

Endereço Electrónico

popasfurtado@gmail.com

Título do Relatório

Rádio Renascença: um caso de sucesso na convergência jornalística? Experiência de estágio e considerações críticas

Orientadora

Professora Doutora Maria Zara Pinto-Coelho

Ano de conclusão

2015

Designação do Mestrado

Mestrado em Ciências da Comunicação – Área de Especialização em Informação e Jornalismo

É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO INTEGRAL DESTES RELATÓRIOS APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE

Universidade do Minho, 29/09/2015

Geremias de Sousa Furtado

Agradecimentos

A Deus por tornar tudo isto possível. À minha família pelas palavras de coragem. Ao Instituto Camões de Língua Portuguesa pelo incentivo. A toda a equipa de jornalistas e editores da redação do Porto da Rádio Renascença. Mesmo sem caírem na conta, foram quem, através do seu profissionalismo, mais me inspirou, entusiasmou e ensinou diariamente a ser jornalista. Aos meus orientadores Pedro Mesquita, Sérgio Costa, Pedro Leal e Paulo Teixeira, por tudo o que em três meses me ensinaram. Ensinaamentos que vou carregar para o resto da vida. À minha orientadora de estágio, a professora Doutora Maria Zara Simões por me encorajar, aconselhar e acompanhar o meu trabalho ao longo deste ano letivo, sempre com muito rigor e perfeccionismo. À Ângela Carrato pela leitura/acompanhamento de todos os meus trabalhos ao longo da realização deste Mestrado. Ao Ricardino Pedro, pelo apoio incondicional.

Resumo

Este é o relatório de um estágio de três meses realizado na Rádio Renascença, redacção do Porto, no âmbito da conclusão do Mestrado em Ciências da Comunicação na Universidade do Minho. O documento está dividido em duas partes. Na primeira parte, fala-se das experiências vividas na estação de rádio (os desafios, os aprendizados, contendo ainda as considerações críticas). Na segunda parte, com base na leitura de vários autores, debruça-se sobre o tema da convergência levada a cabo pelos meios de comunicação, um tema atual e relacionado com a estação onde foi realizado o estágio. Tenta-se explicar como é que a Rádio Renascença explora e consegue tirar vantagem da convergência. Nesta parte, além de uma análise dos conteúdos produzidos pela RR, consta uma entrevista com Pedro Leal, diretor-adjunto da Rádio Renascença, onde explica como é que a Rádio Renascença lida com as realidades da convergência. Poderiam ser escolhidos vários outros temas, uma vez que a convergência já é explorada por muitos estudiosos, mas foi escolhida por ser uma novidade para o estagiário que veio de um país – Cabo Verde – onde este fenómeno não tem tido a atenção merecida. O presente relatório pode ser visto como um ponto de partida, uma vez que a ideia seria de, mais tarde, trabalhar este tema dentro da realidade dos médias cabo-verdianos.

Abstrat

This is the report of a three-month training course held at Radio Renascença, editorial office of Porto city, in the context of the completion of the Master's in Communication Sciences at the University of Minho. The document is divided into two parts. The first part talks about the experiences in radio station (the challenges, learnings, containing the critical considerations). In the second part, based on the reading several authors, focuses on the theme of convergence conducted by the media, a current topic and related to the radio station where the stage was conducted. It tries to explain how Radio Renascença explores and can take advantage of convergence. In this part, in addition to an analysis of the content produced by RR, contained an interview with Pedro Leal, deputy director of Radio Renascença , which explains how the Radio Renascença dealing with the realities of convergence. Could be chosen several other topics, since the convergence is already exploited by many scholars, but was chosen because it is a novelty for the trainee who came from a country - Cape Verde - where this phenomenon hasn't had the attention it deserves. This report can be seen as a starting point, since the idea would later work this subject within the reality of Cape Verdean media.si

Índice

Introdução.....	7
1. Contextualização e relato do estágio	8
1.1- Breve resumo da história da Rádio Renascença.....	8
1.2 – O estágio na Rádio Renascença.....	9
1.3 - Relato do estágio	11
1.4 - Considerações finais.....	17
2. A convergência levada a cabo pela Rádio Renascença	18
2.1 - O rádio e os seus primeiros passos.....	19
2.2 – As emissoras de rádio em Portugal.....	22
2.3 - História e percurso da Internet	22
2.4 - A convergência	24
2.5 - O jornalismo na Internet.....	27
2.6 - O rádio na internet.....	30
2.7 - A convergência levado a cabo pela Rádio Renascença.....	34
2.8 - Análise da peça multimédia “Uma quase-aldeia encravada entre gigantes de betão” .	38
2.8.1 - Apresentação de resultados	40
Conclusão	46
Referências	49

Introdução

Este é o relatório de um estágio de três meses realizado na Rádio Renascença, redacção do Porto, no âmbito da conclusão do Mestrado em Ciências da Comunicação na Universidade do Minho. O documento está dividido em duas partes. Na primeira parte, fala-se das experiências vividas na estação de rádio (os desafios, os aprendizados, contendo ainda as considerações críticas). Na segunda parte, com base na leitura de vários autores, debruça-se sobre o tema da convergência levada a cabo pelos meios de comunicação, um tema atual e relacionado com a estação onde foi realizado o estágio. “A Rádio Renascença é um exemplo, pois ao fim de mais de 70 anos de dedicação à radiodifusão aderiu às novas tecnologias criando um sítio, onde também é possível consultar um jornal online, o Página 1, e ver as imagens das notícias do dia na V+” (Vilhena, 2014, p.9). Tenta-se explicar como é que a Rádio Renascença explora e consegue tirar vantagem da convergência. Nesta parte, além de uma análise dos conteúdos produzidos pela RR, consta uma entrevista com Pedro Leal, diretor-adjunto da Rádio Renascença, onde se explica como é que a Rádio Renascença lida com as realidades da convergência. Poderiam ser escolhidos vários outros temas, uma vez que a convergência já é explorada por muitos estudiosos, mas foi escolhida por ser uma novidade para o estagiário que veio de um país – Cabo Verde – onde este fenómeno não tem tido a atenção merecida. O presente relatório pode ser visto como um ponto de partida, uma vez que a ideia seria de, mais tarde, trabalhar este tema dentro da realidade dos médios cabo-verdianos.

1. Contextualização e relato do estágio

O estágio na Rádio Renascença decorreu de 16 de setembro a 16 de dezembro de 2014. O referido tempo foi discriminado no protocolo entre a Rádio Renascença e o Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade do Minho, representados respetivamente pelo diretor adjunto Pedro Leal, em delegação de competências, pela professora Maria Zara Simões, orientadora deste estágio, e pelo aluno, respetivamente. O período de realização do estágio, acordado na primeira reunião com Pedro Leal, compreendia o espaço entre as 7h00 e as 13h00. Durante o período de estágio, pretendeu-se complementar, essencialmente, a formação através de uma experiência académico-profissional num órgão de comunicação que é reconhecido a nível nacional e que já foi (e ainda é) também alvo de pesquisa por parte de estudiosos de outros países. O objetivo inicialmente proposto pelo diretor-adjunto da RR foi a edição de peças, em áudio, que seriam posteriormente reproduzidas nos noticiários da Rádio Renascença. Sob a orientação direta dos editores – Pedro Mesquita e Sérgio Costa – foram aprofundados e postos em prática conhecimentos adquiridos ao longo da formação académica na área das Ciências da Comunicação e do jornalismo.

Em seguida, após relatar de forma breve a história da Rádio Renascença descrevo e analiso a minha experiência de estágio na emissora.

1.1 - Breve resumo da história da Rádio Renascença

A Rádio Renascença, segundo Vilhena (2013: 7-9), nasceu a 1 de Janeiro de 1937, com a transmissão de emissões diárias em Onda Média e Onda Curta. No dia da inauguração, o mentor do projeto, o Padre Lopes da Cruz, lançou um apelo aos ouvintes para divulgarem e transmitirem informações sobre as condições de receção da emissora. Foi assim o arranque de um projeto cuja ideia começou a ser lançada em 1933 pelo Padre Lopes da Cruz no artigo “Para um posto emissor ao serviço dos católicos” publicado na revista *Renascença*. Depois de lançada a ideia, ao longo dos quatro anos seguintes, foi-se desenvolvendo um movimento de pessoas que apoiavam esta iniciativa que tinha

como propósito construir uma rádio onde a matriz católica sempre seria a pedra angular. Já em meados dos anos 70, a rede de emissores estava praticamente completa. Com a Revolução do 25 de Abril, segundo Vilhena (2009), assim como muitas empresas privadas e públicas, a RR foi ocupada e teve um dos emissores, colocados na Buraca, destruído. Entretanto, a RR retomou a emissão a 1 de janeiro de 1976 de novo na posse da Igreja. “A partir daí, continuou o plano de construção de postos emissores de radiodifusão para expandir a cobertura da Emissora Católica. Nos anos 80, a RR foi líder de audiências e era preciso criar novos projetos numa altura que coincide com a comemoração dos 50 anos da estação” (Vilhena, 2013, p.8). Nasceu assim a RFM, “a estação tinha uma programação diferente da RR com o objetivo de passar música nova, para entreter e divertir a juventude com boa disposição e com emissão 24 horas por dia” (Vilhena, 2013, p.8).

“Na década de 90, a transmissão via satélite foi mais um passo “gigante” para a RR chegar a todo o mundo e ficar mais perto dos emigrantes portugueses. Em 1998, o Grupo Renascença lançou a rádio, MEGA FM. A frequência era dedicada aos jovens e feita por jovens para emitir música sobretudo nas zonas de Lisboa, Porto e Coimbra” (Vilhena, 2013, p.9). Nos meados dos anos 90, o Grupo Renascença aderiu à Internet e começou a transmitir as emissões das três estações para todo o mundo em sinal direto (RR – www.rr.pt / RFM – www.rfm.pt / MEGA FM – www.megafm.pt). Nos últimos anos, o Grupo apostou na Rádio Sim com as atenções viradas para os mais velhos com o mote “Rádio SIM, uma rádio de hoje, com as músicas do seu tempo!”. Já a televisão On-Line, a “V+”, de acordo com a autora acima referida, “existe desde 2012 com noticiários próprios gravados alternadamente nos estúdios de Lisboa e Porto e disponíveis no sítio da RR na Internet” (Vilhena, 2013, p.9).

1. 2 – O estágio na Rádio Renascença

Quando recebi um e-mail da Universidade do Minho a dizer que eu tinha sido indicado para estagiar na Rádio Renascença fiquei bastante feliz por saber que estaria durante três meses dentro de uma rádio líder de audiências em Portugal, que apresenta um jornalismo clássico, de excelência, uma história de mais de sete décadas e uma estação acarinhada pelos portugueses. Já tinha visitado a Rádio no âmbito de uma disciplina do curso, laboratório de jornalismo, ministrada pela professora Maria João Cunha, também jornalista da Rádio Renascença. Lembro que, na altura, tínhamos sido bem recebidos e convidados a tentar um estágio na RR. Como estagiário, comecei na Rádio Renascença no dia 16 de Setembro de 2014. Era uma segunda-feira. No primeiro dia fui recebido, por volta das 10 da manhã, na receção pela secretária, que em seguida foi chamar o Diretor-adjunto da RR, Pedro Leal. Este, sempre muito simpático, demorou uns dois minutos para ir ao meu encontro. Se apresentou e, em seguida, me levou para conhecer todos os cantos da redação da RR no Porto. Pedro Leal me explicou que existem três equipas na redação, mas que trabalhavam sempre em sintonia: o pessoal que trabalha só para a rádio, a equipa do multimédia, que produz vídeos e infografias para o sítio da RR; e o pessoal de desporto que produz a Bola Branca, página da RR dedicada ao desporto. Então eu tinha de escolher em qual das equipas deveria estagiar. Escolhi o grupo da rádio, porque nunca tinha tido antes qualquer experiência do género.

Depois de me apresentar o espaço e o pessoal, Pedro Leal recomendou que eu ficasse aquele dia a acompanhar o técnico de som da RR, Paulo Teixeira. Antes de me deixar com o Paulo Teixeira, Pedro Leal sugeriu que eu passasse a entrar às 7 horas da manhã, por ser um horário em que os jornalistas começam a planear saídas ao terreno e eu poderia acompanhá-los.

Não poderia começar da melhor maneira. Paulo Teixeira, que já está na Rádio Renascença há mais de 20 anos, passou o resto daquela manhã a me explicar como funcionava a mesa de som. Confesso que não percebia nada daquilo, aliás foi ali que reconheci a importância de um técnico de estúdio para uma rádio. O Paulo Teixeira, sempre descontraído, mexia nos botões com uma facilidade que até impressionava. Teixeira me ensinou ainda como é que se fazem as gravações por telefone nas duas ilhas de gravações existentes na redação da RR do Porto. No mesmo dia, presenciei ainda a passagem de turno. É que a redação do Porto é quem produz as notícias nas

primeiras horas do período de manhã¹, depois das 10h30 quem assume é o pessoal de Lisboa. No momento da passagem de turno, o editor de serviço (no dia era Pedro Mesquita que estava a substituir o Sérgio Costa que estava de férias) e os jornalistas entraram no estudo principal e começaram uma conferência com a equipa de Lisboa. Falaram dos temas abordados e não finalizados, fizeram as apreciações críticas e outras considerações. Tudo era novo para mim que nunca tinha presenciado de perto o ambiente interno de uma rádio de verdade. Até me imaginei a apresentar, um dia, um noticiário numa grande rádio como a Renascença. Por isso disse a mim mesmo que teria de prestar muita atenção para aprender o máximo possível. Acho que aprendi bastante.

1.3 - Relato do estágio

Nesta parte vou relatar o estágio. Optei por um relato mais resumido e seletivo, ou seja, apenas falar dos trabalhos e aprendizados que foram mais marcantes e importantes, tendo em conta que, durante a maioria do tempo de estágio, fiquei apenas a observar como é que a equipa da RR do Porto trabalhava.

Na primeira semana estive mais a ver com funciona a rádio: como mexer com os programas de edições, fazer as gravações telefónicas, guardar os sons no sistema e outras práticas da RR, sempre com o acompanhamento de Pedro Teixeira. Foram-me ainda dadas as *passwords* de acesso ao sistema informático e as primeiras informações acerca das aplicações informáticas que iria utilizar². A minha vontade já era sair e fazer peças e mais peças, mas o ideal seria conhecer como funcionam as coisas, uma vez que nunca tinha trabalhado em nenhuma rádio. Devo ainda dizer que na primeira semana vi que a correria de uma redação pode ser boa e má para um estagiário. Boa, porque o estagiário compreende como funcionam as coisas, de facto, e má porque quase nenhum dos jornalistas tem tempo para se sentar e explicar as coisas ao estagiário. Entretanto, o primeiro trabalho que fiz, a pedido do editor Pedro Mesquita, foi uma chamada e gravação telefónica com Guadalupe Simões dos Sindicato dos Enfermeiros. Editei a peça, com a ajuda da jornalista Cristina Branco (ver Recortes 1 e 2)

¹ As notícias, no período de manhã na Rádio Renascença, vão ao ar a cada meia hora, das 6 às 10:30, enquanto decorre o programa “Olá Manhã”.

² A Rádio Renascença usa um o Mar4win, programa de edição áudio da empresa espanhola AEQ

Recorte 1 - Primeira versão da peça

Sindicato dos Enfermeiros Portugueses reúne-se com secretário adjunto da Saúde

Off: O sindicato dos Enfermeiros Portugueses reúne-se esta tarde com o Secretário de Estado Adjunto da Saúde, Fernando Costa Leal. Guadalupe Simões, dirigente da unidade sindical explica o que vai estar em cima da mesa durante o encontro.

Som – Guadalupe Simões 1

Off: Além destes pontos, considerados fulcrais por Guadalupe Simões, o Sindicato dos Enfermeiros Portugueses levará outras preocupações ao encontro com o secretário de Estado Adjunto da Saúde.

Som - Guadalupe Simões 2

Recorte 2 - Peça revista por Cristina Branco

A polémica em torno da falta de enfermeiros e dos salários destes profissionais é esta tarde discutida com o secretário de Estado da Saúde.

Fernando Leal da Costa recebe o Sindicato dos Enfermeiros. Guadalupe Simões pede uma posição clara do Governo sobre a carreira destes profissionais:

Qua Guadalupe Simões 1 B (38")

O Sindicato dos Enfermeiros pretende também esclarecimentos do ministério da Saúde sobre os problemas na emergência médica, em concreto os casos de VMER's indisponíveis por falta de profissionais, como aconteceu em Évora.

Vendo as correção da Cristina Branco, vejo que ela optou por uma linguagem mais direta e chamativa. Lembrei do que um professor de rádio me havia dito na altura em que ainda estava na licenciatura. Dizia ele que ao escrever para a rádio deveríamos ser diretos e conseguir dizer o máximo de informação no menor número possível de palavras.

Na segunda semana, continuei a ver como funciona o esquema da rádio. Aqui fiz outra peça sobre BuzzStreets. A BuzzStreets é uma aplicação gratuita para o sistema operativo Android que permite aos condutores de Lisboa e do Porto poupar minutos no trânsito, além de informar os locais que podem, eventualmente, estar congestionados. Respondendo ao pedido do editor Pedro Mesquita, fiz uma gravação por telefone com um dos responsáveis da StartUp Portuguesa, responsável pelo aplicativo. Escrevi o

texto que depois foi corrigido e gravado pela jornalista Teresa Almeida, uma vez que os estagiários não podem gravar, nem assinar uma peça. Aqui tentei ser direto e resumido, mas Teresa Almeida optou por ser mais explicativa. No entanto, a jornalista teve o cuidado de me explicar que o que eu tinha feito não estava errado: tudo depende, segundo ela, da forma como o jornalista gosta de abordar o assunto. Achei boa a forma como ela quis dar destaque a mais um trabalho desenvolvido em Portugal (ver Recortes 3 e 4).

Recorte 2 - Primeira versão da peça

JOÃO MARQUES FERNANDES

Lisboa e Porto são as primeiras cidades portuguesas a receber a BuzzStreets, um aplicativo para telemóveis desenvolvido para melhorar a mobilidade nos centros urbanos. Os seus utilizadores recebem sugestões de rotas alternativas para se esquivarem dos caos do trânsito. É uma plataforma gratuita que poderá servir também às Câmaras Municipais. Quem explica é João Fernandes, fundador do projecto.

- QUA – JOÃO MARQUES FERNANDES B (1:33")

Recorte 3 - Peça revista por Teresa Almeida

E mais um trabalho desenvolvido em Portugal

A startup BuzzStreets lança, hoje, uma aplicação móvel que promete ajudar a reduzir o tempo médio de deslocação dos condutores dentro das cidades.

Lisboa e Porto são as primeiras a receber esta aplicação...

Teresa Almeida

A informação é adquirida e transmitida em tempo real. Esta aplicação agrega e interpreta toda a informação necessária sobre as perturbações que possam vir a complicar a circulação de viaturas.

E o que explica João Marques Fernandes, da BuzzStreets....

"QUA JOAO FERNADES 1 – 29"

Além de informar os utilizadores sobre as perturbações no trânsito nestas duas cidades, esta aplicação, gratuita, desenvolvida para smartphones Android e IOS, também oferece rotas alternativas....

"QUA JOAO FERNADES 2 – 29"

A aplicação, apoiada pela Comissão Europeia, poderá também vir a servir às Câmaras Municipais e empresas de GPS....

(QUA JOAO FERNADES 3 – 29")

...o fundo é um GPS com informações reais sobre o trânsito de Lisboa e Porto.

A partir de hoje basta descarregar a aplicação e circular pelos caminhos mais fáceis.

Já na terceira semana, no dia 29 de setembro, uma segunda-feira, o editor, Pedro Mesquita, me pediu para ligar aos responsáveis por um estudo que dá conta que a maioria dos universitários portugueses acredita que vai estar fora de Portugal até 2020. Mas não consegui porque não foi possível localizar a pessoa a tempo. A mesma só estaria disponível para falar no dia seguinte. Mas o editor disse que teríamos que cancelar porque até lá a notícia já estaria “vazada” nos outros órgãos. Antes disso, o presidente da associação dos revendedores de gás não quis falar comigo sobre a audiência que iam ter na Assembleia da República, justificando que não gosta de falar ao telefone. Pedro Mesquita disse que essas coisas acontecem. No dia seguinte, Pedro Mesquita me pediu para ligar ao Hospital São João no Porto e saber mais sobre um novo sistema de gestão hospital anunciado. Tratava-se do "VITAL - Vigilância, Monitorização e Alerta", um projeto que permite aos profissionais ter acesso, em tempo real, a uma vasta informação, não só do foro clínico, mas também com impacto na gestão hospitalar. Pedro Mesquita deu-me o número do responsável da comunicação no hospital, mas este não atendeu as várias chamadas que realizei. Procurei o número do hospital na internet e consegui falar com uma senhora do departamento dos recursos humanos. Expliquei à pessoa em causa o que queria, mas ela encaminhou a chamada para o departamento responsável pela segurança e apoio do hospital. Lá fui atendido por um senhor que dizia não ser ele o responsável pelo projeto. O senhor passou o número de telemóvel da pessoa responsável, mas infelizmente a pessoa não atendeu às

minhas inúmeras chamadas. Foram assim dois dias de pouca produtividade. E, na quarta-feira não foi diferente. Não fiz nada. Passei o dia a acompanhar o trabalho dos jornalistas. Assisti também à reunião da passagem de turno.

Depois de passar uma semana a ver os jornalistas a trabalhar, o editor Sérgio Costa, que regressara de férias, mandou-me fazer uma reportagem nos Aliados. Era para ouvir os comerciantes na Galerias Lumière, um espaço desenhado na década de 70, mas que estava fechado e reabriu com um novo conceito de lojas gourmet. Tinha que fazer 3 perguntas a todos: 1 - Porquê escolheu vender este tipo de produto, 2 - Acredita que este tipo de negócio contribui para a dinamização desta zona da cidade e 3 - os clientes estão a aderir? - Antes de sair, fui ter como Paulo Teixeira que me explicou como funcionava o gravador. No começo estava com medo de fazer algo errado, por ser a primeira vez que saía da redação, ainda mais sozinho. Mas deu tudo certo, entrei em

várias lojas e quase todos os comerciantes aceitaram falar comigo. Aqui não escrevi o texto, apenas entrevistei os comerciantes. Todos estavam felizes e confiantes de ter feito uma boa aposta. Mas tinha que falar com a responsável do projeto Inês Magalhães, algo que só consegui quase uma semana depois, no dia 16 de outubro.

Na sexta-feira, dia 17 de outubro, não fiz nada. Mas pude assistir a um dos momentos mais marcantes em termos de aprendizagem na redação. A TVI 24 noticiou um incêndio na zona de Burraca, Amadora, onde teriam morrido duas crianças. Os jornalistas da RR começaram a fazer ligações para todas as fontes possíveis (bombeiros, GNR, PSP, junta de freguesia) para poder confirmar a informação, antes de avançar com a notícia. Lembro-me de o Sérgio Costa a pedir a todos que não medissem os esforços no sentido de confirmar esta informação, porque informações daquela natureza devem ter uma fonte oficial. A verdade é que houve um incêndio durante a madrugada, mas foi no bairro de Zambujal e não na Burraca. A jornalista Cristina Branco conseguiu saber junto da proteção civil que, até então, tinha havido apenas um ferido grave e oito pessoas desalojadas. Mais tarde a SIC viria a noticiar a morte de uma criança no mesmo incêndio.

Outro trabalho que fiz e gostei foi uma outra peça sobre o arranque do Portugal Fashion. Tratava-se da 35^a edição do evento que acontecia, em simultâneo, em Lisboa e no Porto, com 33 desfiles de moda a revelarem as propostas dos criadores portugueses para a Primavera/Verão do ano de 2015. Liguei para o responsável do evento, Rafael Rocha, gravei por telefone e cortei o som. O texto e a sua gravação ficou a cargo de Teresa Almeida.

No dia 30 de outubro, fiz, a pedido do editor Sérgio Costa, uma ligação ao presidente da Câmara Municipal de Monção. É que os concelhos de Monção e Melgaço apresentaram, em conjunto, uma candidatura a Capital Europeia do Vinho em 2015. Então fiz um texto em que diz que a proposta já foi submetida, estando a decorrer uma série de atividades no sentido de seduzir o júri a escolher o vinho Alvarinho. No dia seguinte, Pedro Mesquita pediu-me para ir ao centro do Porto ouvir o que as pessoas tinham para dizer sobre a infraestruturação da cidade. Isto porque iria acontecer na cidade invicta um seminário sobre a reabilitação da cidade. Fui basicamente ouvir o que as pessoas pensam sobre a reabilitação e o que gostariam que mudassem na cidade tendo em conta o desenvolvimento do turismo. Tudo decorreu na tranquilidade:

consegui falar com um leque de pessoas variadas, desde jovens a idosos e estrangeiros. O que também reparei é que, quando veem o microfone da Rádio Renascença, algumas pessoas fogem e outras, nem por isso, até iam ter comigo porque queriam ser ouvidas nas antenas da rádio católica.

A 23 de novembro de 2014, os Cabo-verdianos foram surpreendidos com o acordar do Vulcão da ilha do Fogo. Este que, exatamente 19 anos e seis meses depois, voltou a entrar em atividade e a merecer toda a atenção dos cabo-verdianos residentes nas ilhas e na Diáspora, bem como da comunidade internacional. Situada bem ao pé do vulcão, a Comunidade de Chã das Caldeiras voltou a viver momentos tensos e de medo com as pessoas a tentarem, como podem, salvarem a si e aos seus bens. Foi uma grande coincidência este acontecimento: é que na redação da RR precisavam de alguém com fontes em Cabo Verde e que pudesse acompanhar o caso. Como sou cabo-verdiano fui a pessoa ideal. Passei o final de Novembro e todo o início de dezembro a estabelecer contactos com fontes no arquipélago. Consegui muitas informações que passava ao Sérgio Costa. Estabeleci contactos com o jornalista da Rádio de Cabo Verde, Benvindo Neves, que chegou a entrar algumas vezes em direto fazendo o ponto de situação do vulcão. O mesmo para a jornalista freelancer, Isabel Nogueira, o presidente da Proteção Civil de Cabo Verde, Arlindo Lima e o presidente da Câmara Municipal de São Filipe, na ilha do Fogo, Luís Pires. Com dois últimos apenas gravei por telefone que depois foi editada pelo Paulo Teixeira. Tentei também falar com o Presidente da República de Cabo Verde, Jorge Carlos Fonseca, e com o Primeiro-ministro, José Maria Neves, mas não foi possível.

O meu último trabalho realizado foi uma entrevista a várias pessoas na baixa do Porto, onde falavam sobre as suas perspetivas para o Natal. Tinha de falar com os comerciantes e com as gentes que circulavam pelas ruas da baixa do Porto. Foi um trabalho muito divertido e engraçado. Muitas pessoas apontavam o dedo à crise e diziam que não iriam comprar muito porque a situação não estava a melhor. Outras, nem por isso, diziam que iam ter mesa farta com bacalhau, vinho, rabanadas, peixe seco e por aí. Já os comerciantes diziam que as vendas não estavam a decorrer como queriam. Como sabia que algumas pessoas gostavam de falar para a Rádio Renascença, tirava o microfone (tinha o símbolo da RR) e elas vinham ter comigo. Segundo o Sérgio Costa, eu deveria ir gravar e vir editar o som e escrever o texto, mas, quando cheguei à redação,

houve um problema com o sistema e então tive que deixar a tarefa para o dia seguinte. No outro dia fui mais cedo para fazer a peça, mas o Pedro Mesquita já tinha avançado.

1.4 - Considerações finais

Devo dizer que, sem margem de dúvida, este estágio na Rádio Renascença serviu de uma qualificação complementar para o mercado de trabalho. Esta experiência serviu como uma formação profissional e um conhecimento empírico que as aulas, por si só, não conseguiriam alcançar. Esta experiência fez muito sentido porque se realizou aliada a toda uma formação teórica adquirida na universidade. Embora eu me tenha sentido muitas vezes “abandonado” dentro de uma redação de uma grande rádio, estar no meio e com profissionais desta área jornalística foi muito importante, pelo facto de poder ver como tratam e fazem a notícia: com rapidez, sempre em contato com as fontes e sempre pensando nas várias plataformas que explora. Este assunto será explicado mais à frente na entrevista com o diretor-adjunto da RR, Pedro Leal.

Quanto ao facto de estar “abandonado” isso tem muito a ver com a correria do dia-a-dia dos jornalistas, o que faz com que tenham pouco tempo para ensinar aos estagiários. No meu caso, teve dias que passei apenas a ver os outros a trabalharem, o que também pode ser visto como algo positivo. Acredito que este “abandono” faz parte do crescimento de qualquer estudante ao enfrentar a realidade de sua profissão. O que chamo de abandono poderá ser entendido como o confronto com o real da profissão, em que cada um tem que se virar, valendo-se dos conhecimentos de que dispõe e levando-se em conta que o tempo é fator constituinte do trabalho do jornalista. Percebi isso quando não consegui falar com uma determinada fonte, mas outros jornalistas deverão ter conseguido naquele mesmo período. Não consegui falar com o responsável pelo projecto ligada a vigilância do Hospital São João no Porto, em tempo hábil. Pude ver que esta é uma característica de nossa profissão, mas também da personalidade de cada um. O episódio acima referido comprova que, na Era da convergência, os profissionais, também têm que ser rápidos. A verdade é que, depois do término do estágio, senti que saí da Renascença mais capacitado e completo. É mais do que uma

experiência para destacar no currículo, aprendi coisas que jamais deverei perder, coisas que, ao longo da minha vida profissional, serão muito importantes.

Devo ainda destacar o trabalho de equipa e o relacionamento interpessoal que na RR é de excelência. São aprendizados que levo na bagagem para Cabo Verde, um país que está alguns passos atrás de Portugal no que toca ao saber fazer jornalismo. Digo isto pelas falhas sistemáticas (erros de enquadramento de câmara, português mal falado de alguns jornalistas, cortes na hora errada, queda de emissão, má abordagem dos temas, falta de contacto com as fontes, entre outras) nos serviços informativos da maior empresa de comunicação do país: a Rádio Televisão Cabo-Verdiana - RTC. Embora o estágio tenha sido feito numa rádio, acredito que pude observar o suficiente, coisas que poderão ser muito bem adaptadas às outras plataformas. Aliás, na RR pude ver de perto como se trabalha uma peça pensando em várias plataformas (vídeo, som e texto). Para mim que sou apaixonado pelo jornalismo on-line, estar dentro da Rádio Renascença foi um grande privilégio, pela forma como exploram a convergência, tema sob qual está debruçada a segunda parte deste relatório. Ainda, dentro do meu ponto de vista, acredito que a Rádio Renascença é exemplo de uma estação de sucesso. A única coisa que me parece estar em falta é uma presença mais forte e fincada em redes sociais como o Facebook e Twitter. Acredito que, nos dias de hoje, o leitor está nas redes sociais e a Rádio Renascença poderia fazer uso destas ferramentas para a difusão em massa de textos, links, fotos, vídeos e podcasts, produzidos pelos seus jornalistas. Com isso poderiam ser mais conhecidos, uma vez que as pessoas têm o hábito de partilhar aquilo que acharem interessante.

2. A convergência levada a cabo pela Rádio Renascença

Esta segunda parte, com base na leitura de vários autores, incide, num primeiro momento, sobre o tema da convergência levada a cabo pelos meios de comunicação, um tema atual que pode ser perfeitamente relacionado com a estação onde foi realizado o estágio. “A Rádio Renascença é um exemplo, pois ao fim de mais de 70 anos de dedicação à radiodifusão aderiu às novas tecnologias criando um sítio, onde também é possível consultar um jornal Online, o Página 1 e ver as imagens das notícias do dia na

V+” (Vilhena, 2014, p.9). O presente documento tenta explicar como é que a Rádio Renascença explora e consegue tirar vantagem da convergência.

Num segundo momento desta segunda parte, vai-se fazer uma análise crítica da reportagem multimédia “Uma quase-aldeia encravada entre gigantes de betão”, um trabalho elaborado pela Rádio Renascença sobre a freguesia de Campanhã, no Porto, onde há casas sem saneamento e ruas sem iluminação pública. Trata-se de uma reportagem que, em 2013, venceu o prémio na categoria reportagem multimédia, atribuído pelo Observatório de Ciberjornalismo (Obciber) da Universidade do Porto. A análise será feita com base em sete critérios que são apontados, na literatura mais recente sobre ciberjornalismo, como as principais características que permitem diferenciar esta nova forma de jornalismo das restantes e, ainda, aferir da qualidade dos produtos ciberjornalísticos³. Ainda na segunda parte deste capítulo consta uma entrevista com o Diretor-adjunto da Rádio Renascença, Pedro Leal. Mas, antes de entrar no tema propriamente dito, faço um enquadramento no contexto histórico do surgimento e do percurso da rádio e da internet e teoricamente abordo o conceito da convergência.

2.1 - O rádio e os seus primeiros passos

Madalena Oliveira (2013: 73-75) escreve em “A história surda dos estudos de rádio e os desafios da investigação sobre as significações do ouvir” que a “história do rádio é uma história fascinante, de paixões e emoções”. A autora diz ainda que “a memória desse meio está ligada à intensidade de uma relação que uniu afetivamente produtores e ouvintes, criou uma ligação íntima com a música e buscou no som o conforto contra a solidão e o silêncio”. Verifica-se, entretanto, que enquanto não param de aparecer novas pesquisas sobre os outros meios de comunicação, existem poucos estudos sobre

³ Recorre-se assim a obra “Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença” (2014) livro organizado em sete capítulos, assinados por sete autores de sete países diferentes, entre eles o português João Canavilhas que foi quem assumiu a responsabilidade de organizar a obra.

a rádio. Aliás a referida investigadora diz que “com mais de 90 anos de história, este meio tem sido negligenciado pelos estudos dos média”. A autora afirma que a rádio, no contexto dos média tradicionais, não é apenas um meio invisual como também “o meio menos visível da produção científica no campo da comunicação”.

Por sua vez, Gomes Júnior, em “A publicidade no Rádio: origem e evolução” (s/d-1), explica que os primeiros passos para o surgimento do rádio começaram em 1864 quando o cientista James Clerk Maxwell elaborou a teoria sobre as ondas eletromagnéticas. Esta teoria comprovou que sons e luz se propagam no espaço através destas ondas. No mesmo artigo, Gomes Júnior dá conta que foram precisas mais de duas décadas para o alemão Heinrich Rudolf Hertz conseguir comprovar, no ano de 1887, a teoria de Maxwell. Este, por sua vez, construiu “um aparelho com o qual era possível estudar as ondas eletromagnéticas com bastante precisão, mostrando que elas viajam pelo éter na velocidade da luz. Estas são as ondas que conhecemos como «Ondas Hertizianas» em sua homenagem”.

Os estudos de Hertz, segundo explica o mesmo autor acima referido, “impressionaram a comunidade científica mundial da época e propulsionaram um avanço nas pesquisas da área, até que em 1896 o italiano Guglielmo Marconi descobriu o princípio de funcionamento da antena. Somada aos conhecimentos sobre a radioeletricidade, esta descoberta possibilitou o envio de mensagens de Dover (Inglaterra) a Viemeux (França), 52 quilómetros de distância, em Código Morse, na velocidade de 20 palavras por minuto”. Em 1906, de acordo com Gomes Júnior (s/d: 2), “o canadense Reginald Aubrey Fessenden, admirador de Marconi, construiu um microfone e conseguiu incorporar sons às ondas irradiadas, se surpreendendo em transmitir sua voz e o som de uns discos de fonógrafo. A partir de então, era uma questão de aperfeiçoamento; físicos e cientistas do mundo inteiro passaram a desenvolver o rádio”. O autor explica que o Rádio, como veículo de comunicação, “passou a existir nos EUA a partir do início da década de 20, quando o americano Frank Conrad, empregado da Westinghouse Electric,

por passa tempo, montou um transmissor e começou a transmitir notícias lidas de jornais e músicas de discos, numa garagem de Pittsburgh, Pensilvânia”. Ainda segundo o autor antes referido, “os novos públicos foram se acostumando e gostando e começaram a escrever pedindo músicas. Logo se começou a vender aparelhos recetores de rádio “especialmente adaptados para se ouvir a Westinghouse Station”. Desta forma, a Westinghouse percebeu a importância do invento e implantou em 2 de novembro de 1920 a emissora KDK-A, transmitindo o resultado das eleições presidenciais americanas: recebia por telefone os resultados das urnas e irradiava imediatamente”.

A repercussão pública, de acordo com o autor acima referido, foi grande e acabou servindo de parâmetro para outras emissoras que a sucederam. “Em 1922 já se somavam 300 emissoras, no mesmo ano que surgiu a primeira emissora comercial do mundo, a WEAf da Telephone and Telegraph Company”.

Entretanto, por seu turno, Oliveira (2013, pp.73-74) diz que o rádio, surgido no início de um século efervescente de vários pontos de vista, beneficiou-se de um entusiasmo “generalizado. Contaminado por uma ideia de progresso, que se fundou no rápido desenvolvimento de mecanismos mecânicos, primeiro, e logo depois pela inovação eletrônica e digital, diz a autora que o rádio gozou também de movimentos culturais intensos que agitaram as artes plásticas e o espetáculo e fizeram da primeira metade do século XX um período muito dinâmico e cheio de novidades”. A autora explica ainda que o rádio constituiu-se ele próprio como “um meio revolucionário, contribuindo para a mudança dos ritmos de vida e da forma como experimentamos o tempo. De tecnologia simples e barata — porque pouco exigente em termos de recursos quer técnicos quer linguísticos — e caráter generoso — porque o mais acessível meio de comunicação de sempre” —, a autora defende ainda que “a atividade radiofônica inspirou, e continua a inspirar, o afeto de várias gerações de radialistas”.

2.2 – As emissoras de rádio em Portugal

Tal como ia acontecendo por todo o mundo, também em Portugal, conforme se lê no sítio da radiofonia⁴, começava a surgir a febre da rádio. Muitas eram as pessoas que tentaram construir as suas próprias emissoras de rádio, mas a primeira estação emissora nacional profissional, surge em Outubro de 1925 de nome, CT1 AA, por intermédio de Abílio Nunes dos Santos. O seu projecto foi prosseguido e desenvolvido por um outro homem: Américo dos Santos. Este que fundou então a primeira rádio, a Rádio Graça, em Lisboa. Em Maio de 1930, viria a surgir a primeira rádio no norte do país, a Rádio Sonora. Posteriormente, durante a primeira metade da década 30, vão aparecendo um pouco por todo o país várias estações de rádio que por esta altura colocavam no ar programas de informação, música e as chamadas radionovelas.

No entanto, a história da rádio em Portugal fica também marcada em 1975 pela integração de várias rádios no grupo RDP (Radiodifusão Portuguesa). Esta integração originou o encerramento das rádios que não foram integradas neste grupo por falta de ouvintes. Com esta integração, durante alguns anos, não foi permitido aparecer novas estações de rádio de âmbito privado, o que levou ao surgimento em 1984 das primeiras emissoras clandestinas, as chamadas " Rádios pirata". No final do ano de 1988, o governo trava a expansão destas rádios obrigando-as a fechar. Com o intuito de legalizar algumas rádios piratas surge, no início de 1989, a nova lei da rádio. Esta lei permitiu às rádios piratas com melhores condições e equipamentos continuar as suas emissões normais. Segundo Madalena Oliveira (2013, p.74), "a rádio portuguesa está também profundamente vinculada à história da democracia nacional. Em abril de 1974, por ela foram emitidas as senhas que desencadearam a revolução, pondo fim a 48 anos de ditadura". Segundo a autora, "tomado de assalto, este meio não apenas registou a viragem do país para a liberdade como também participou dela".

2.3 - História e percurso da Internet

⁴ Ver <http://radiofonia.com.sapo.pt/>

A rede mundial de computadores, ou Internet, segundo um artigo publicado no sítio Oficina da Net⁵, surgiu em plena Guerra Fria. Criada com objetivos militares. Seria uma das formas das Forças Armadas norte-americanas de manter as comunicações em caso de ataques inimigos que destruíssem os meios convencionais de telecomunicações. Nas décadas de 1970 e 1980, além de ser utilizada para fins militares, a Internet também foi um importante meio de comunicação académico. Estudantes e professores universitários, principalmente dos EUA, trocavam ideias, mensagens e descobertas pelas linhas da rede mundial.

Mas foi só no ano de 1990 que a Internet começou a alcançar a população em geral. A primeira geração da WWW (*World-Wide Web*), ou Web 1.0, segundo o que os autores Gislene Araújo e Riverson Rios dizem em “Estratégias do Marketing Político Digital aplicadas à campanha presidencial de Barack Obama” (2010, p.3), era parecida com os meios de comunicação tradicionais (rádio, TV, jornal impresso) no tocante à disponibilização do conteúdo: o usuário não interagía com o que recebia. No artigo os autores citam Coutinho e Junior (2007) quem afirmam que a enorme quantidade de informação disponível revelou-se como principal atributo da primeira geração da Internet. Entretanto, o papel do utilizador nesses cenários era o de mero espectador da acção que se passava na página que visitava, não tendo autorização para alterar ou reeditar o seu conteúdo. Até então, não havia uma visão tão comercial da rede, como se verifica nos dias de hoje, embora houvesse algumas iniciativas corporativas em andamento tais como o Yahoo (1994), de Jerry Yang e David Filo e a Amazon.com (1995), lançada por Jeff Bezos. Até o ano de 1996, segundo os autores acima referidos, “as pessoas utilizavam a Internet basicamente para páginas pessoais, chats, buscas e notícias”. Já entre os anos de 1996 e de 1998 “os bancos e as grandes cadeias de comércio “descobriram” o potencial mercado da Internet, alavancado pelo aparecimento de um grande número de provedores de acesso, inclusive grátis”.

Araújo e Rios (2010, p.3) resumem o funcionamento da Internet através do modelo cliente-servidor. Nesse modelo, segundo dizem, “o navegador age como um cliente que

⁵ Ver www.oficinadanet.com.br

faz uma requisição (de conteúdo HTML, de imagens, de sons etc.) a um programa residente no sítio desejado. Este programa oferece o serviço de buscar as informações solicitadas e de enviá-las ao cliente. Todo o conteúdo de uma página Web é obtido através de tantas requisições ao servidor quantos forem os elementos nela contida”.

O surgimento de novas tecnologias, como o Flash e Java, aumentou a interatividade das páginas da Web e isso contribuiu para aumentar o nível de exigências dos novos usuários. Tudo isto acarretou uma mudança de paradigmas que fez aparecer o conceito de Web 2.0. Pedro Andrade, explica em “Ontologia Sociológica da Esfera Pública Digital: o caso da Web 2.0/3.0” (2013, pp.186-201) que a Web 2, desenvolvida na primeira década do 3º milénio, “permite actividades e estratégias mais activas por parte do utilizador do ciberespaço, relativamente ao período inicial da Internet, decorrido na última década do século XX, e que alguns autores nomeiam ‘Web 1.0’. Na Web Social, o utilizador não se limita a consultar informação mas também a escreve, e fá-lo sobretudo no quadro de redes sociais digitais, por ex. o Twitter ou o Facebook”.

Por outro lado, Pedro Andrade, na obra referida, explica que a Web 3, conhecida também como Web Semântica, os sítios ou outros lugares virtuais “incluem não apenas informação, mas essencialmente o conhecimento ”. Ou seja, a informação é disponibilizada pelos produtores e autores de um local digital na Web Semântica e não é apresentada de um modo descritivo, como acontece nas Webs 1 e 2. Também, diz o autor, “ num sítio da Web 3 existe a preocupação de fornecer explicações, esclarecimentos e interpretações dos conteúdos com vista a transformá-los em saber, um saber que pretende, sobretudo, ser partilhado globalmente de um modo mais eficaz ”.

2.4 - A convergência

Não se pode falar em convergência sem referir o nome Henry Jenkins, professor de Comunicação, Jornalismo e Artes Cinematográficas na *Southern University* na Califórnia e um dos pesquisadores dos média mais influentes da atualidade, a quem se deve a criação do conceito. Dialogando com ícones da cultura pop, como reality shows, Matrix, Harry Potter entre outros, Henry Jenkins propõe-se a discutir como se organiza hoje, de forma prática, a interação do público com os meios de comunicação. A partir de exemplos do cinema, da política e da televisão, aponta as modificações que os públicos e os média sofreram.

Henry Jenkins (2009, pp.27-47) dá as boas vindas à cultura da convergência, onde os velhos e os novos meios de comunicação se colidem, onde também os meios tradicionais e os meios digitais se cruzam e onde o poder daquele que constrói o conteúdo mediático e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis. O autor, quando se refere à convergência, fala no fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes mediáticos, na cooperação entre múltiplos mercados mediáticos e no comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que, segundo diz, vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. O pesquisador afirma que a convergência é um termo que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais. Para o autor, a expressão “cultura participativa” contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtos e consumidores dos média ocupando papéis separados, defende o autor que, podemos agora considerá-los como participantes, interagindo de acordo com um novo conjunto de regras que nenhum de nós entende por completo.

O autor explica ainda que a convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. Para Jenkins, a convergência acontece dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros, uma vez que cada um constrói a sua própria mitologia pessoal, a partir de pedaços de fragmentos de informações extraídos do fluxo mediático. Jenkins explica também que os velhos meios de comunicação nunca morrem e nem desaparecem, necessariamente. Para o autor o que morre são apenas as ferramentas usadas para ter acesso a determinados conteúdos, como é o caso da fita cassete. O pesquisador diz ainda que cada antigo meio foi forçado a conviver com os meios emergentes. Para Jenkins (2009, p.40), boa parte

do discurso contemporâneo sobre convergência começa e termina com aquilo que chama de *Falácia da Caixa Preta*, uma crença de que todos os conteúdos de todos os meios estariam centralizados em um único meio. “O que estamos vendo hoje é o hardware divergindo, enquanto o conteúdo converge” (Jenkins, 2009, p.41).

Jenkins diz ainda que se pode interpretar a proliferação de caixas pretas como o sintoma de um momento de convergência. O autor diz também que como ninguém sabe que tipos de funções devem ser combinadas, somos forçados a comprar uma série de aparelhos especializados e incompatíveis. Na outra ponta do espectro, explica o pesquisador, podemos também ser forçados a lidar com o aumento de funções dentro do mesmo aparelho, as quais diminuem a capacidade do aparelho de cumprir sua função original. Aqui o autor exemplifica afirmando que nos dias de hoje é quase que impossível encontrar um telemóvel que seja apenas telefone. Segundo o mesmo autor, a convergência envolve uma transformação tanto na forma de produzir, quanto na forma de consumir os meios de comunicação. Para o autor a convergência também ocorre quando as pessoas assumem o controle dos meios. Aliás, Jenkins é quem afirma que, num futuro próximo, a convergência será uma espécie “casamento” improvisado entre as diferentes tecnologias mediáticas, em vez de um sistema completamente integrado. Mas para já, conforme explica Jenkins, as transformações culturais, as batalhas jurídicas e as fusões empresariais que estão alimentando a convergência mediática são mudanças antecedentes na infraestrutura tecnológica. Para o autor, o modo como essas diversas transições evoluem irá determinar o equilíbrio de poder na próxima era dos meios de comunicação.

O autor acima referido diz ainda que a convergência é tanto um processo corporativo, de cima para baixo, quanto um processo de consumidor, de baixo para cima. Ou seja, se os antigos consumidores eram tidos como passivos, os novos consumidores são ativos. Segundo a lógica da economia afetiva, de que fala Jenkins, o consumidor ideal é ativo, comprometido emocionalmente e parte de uma rede social. Como diz o pesquisador, ver o anúncio ou comprar o produto já não basta. A empresa convida o público para entrar na comunidade da marca. Por um lado, diz Jenkins (2009, p.45) que a convergência representa uma oportunidade de expansão aos conglomerados dos meios, já que o conteúdo bem-sucedido num setor pode se espalhar por outros suportes.

Por outro lado, diz o autor, a convergência representa um risco, já que a maioria dessas empresas teme uma fragmentação ou uma erosão em seus mercados. Como exemplo Jenkins explica que cada vez que se desloca um espectador, da televisão para a internet, há o risco de ele não voltar mais. Jenkins diz também que a convergência representa uma mudança no modo como encaramos nossas relações com os média. Para o investigador, está-se a realizar uma mudança no modo como se encaram as relações com a cultura popular, mas as habilidades que são adquiridas nessa brincadeira têm implicações no modo como as pessoas apreendem, trabalham, participam do processo político e se conectam com outras de partes distintas do mundo.

2.5 - O jornalismo na Internet

A verdade é que já não é novidade ouvir dizer que o desenvolvimento da internet e a sofisticação dos equipamentos tecnológicos levaram a mudanças significativas nas lógicas de produção, distribuição e consumo de informação. Também é verdade que tudo isto trouxe efeitos que são bem visíveis na actividade dos jornalistas. Estes profissionais enfrentam um processo de adaptação a um novo marco tecnológico e logístico, que por sua vez exige novas aptidões profissionais e diferentes formas de organização (Bastos, Reis, Zamith & Jerónimo, 2013, p.7). Trata-se de um conjunto de transformações a que o ecossistema mediático se tem vindo a submeter pode ser explicado com base no processo da convergência, tema que tem sido nos últimos anos alvo de várias pesquisas por parte de diversos autores. Mas, mesmo assim, tem mantido a sua atualidade, uma vez que as tecnologias não param de apresentar avanços e, conseqüentemente, não deixam nunca de surgir novas questões que merecem se analisadas. De acordo com João Canavilhas e Lia Seixas (2004), o conceito de convergência remete para a produção de conteúdos multiplataforma, através de uma colaboração intermediática entre profissionais, assim como para a discussão em torno de um modelo de negócio capaz de dar conta do comportamento das audiências. Este complexo fenómeno da convergência, por sua vez, contribui para a emergência de um conjunto de inovações no campo do jornalismo, de que é exemplo o ciberjornalismo. Este pode ser percecionado como o resultado da adaptação do jornalismo à linguagem da internet e às potencialidades do *online*, que são, indubitavelmente, favoráveis ao surgimento de novas dinâmicas de produção jornalística. Por seu turno, Salaverría,

Avilés e Massip (2010) definem este fenómeno como um processo de integração de médias tradicionais dantes separados, afetando quatro esferas principais: tecnologia, negócios profissional e distribuição de conteúdos. E por falar em médias tradicionais, Canavilhas (2013) alerta que não se pode falar na extinção de velhos meios e muito menos no surgimento de meios radicalmente novos. Para o autor, o que acontece é uma evolução do ecossistema mediático impulsionada pelo surgimento de novos média. Ou seja, meios mais recentes integram algumas características dos anteriores, redefinindo a relação entre eles. Além disso, o autor fala ainda num fenómeno inverso em que meios mais antigos incorporam características dos novos média. Em ambos os sentidos, trata-se do fenómeno nomeado por Bulter e Grusin na obra “Remediation. Understanding New Media” (1999) como remediação, definida pelos autores como significando a lógica formal pela qual os novos média remodelam meios anteriores (1999, p.273). É o que, segundo Canavilhas (2013), se vê com a migração de todos os meios tradicionais para a Web, e também na incorporação de singularidades da Web nos meios interiores.

No campo destes fatores, Henry Jenkins (2009) fala em narrativa transmediática, aquela que acontece por via de diversos de diversos meios, adaptada as especificidades de cada um de forma que, mesmo se completando, as histórias não deixem de fazer sentido separadamente.

A verdade é que a era digital alterou por completo o sistema operacional dos meios de comunicação, uma vez que obrigou-os a se adaptarem para não serem ultrapassados pelo imediatismo da internet. Hoje em dia, grande parte das rádios usufrui de um sítio na Internet, onde colocam podcasts das emissões, notícias em formato de texto, infografias e até reportagens em vídeo, de forma a melhor explorarem as ferramentas que o digital oferece. E o mesmo se passa com os jornais impressos e as televisões. Enfim, praticamente todos os meios de comunicação não ficaram indiferentes à Internet e utilizam-na para publicar notícias quase ao segundo, o que não lhes é permitido fazer com os meios mais convencionais. Como dizem os autores Raquel Longhi e Lourival da Cruz Júnior (2014), “todos os meios de informação e comunicação, sem exceção, foram afetados pela evolução da tecnologia e a difusão por rede”. Por sua vez, Fernando Zamith (2011) afirma que os média viram que usar a internet como suporte alternativo para difusão da sua produção é uma forma adicional de chegar à audiência e de também

conquistar novos públicos e novas receitas. Segundo Zamith (2011, p.19), os média tradicionais começaram a perceber que a internet é um meio com características únicas, merecedor, por isso, de uma atenção especial e de linguagens diferentes, e, simultaneamente, potenciador de uma fragmentação da produção e do consumo nunca antes vista, que pode resultar numa rutura coma clássica relação de poder top-down a que os média estavam habituados e da qual, por ventura, não queriam abdicar. Para Fernando Zamith (2011, p.20), "com a internet o território mediático deixou de ser dominado apenas pelos jornalistas e "newsmakers"". "A antiga audiência (o público, o cidadão comum, os antigos recetores de notícias) começou a abandonar o seu papel de mero agente passivo e a participar neste complexo processo de pesquisa, produção e difusão de informação/notícias, através de fóruns, caixas de comentários, sítios pessoais e colectivos, weblogs, microblogs, wikis, redes sociais e outras ferramentas de expressão. Ação, interação, escolha. Partilha, recomendação e participação acessíveis a qualquer pessoa que entre na grande rede ubíqua que é a internet" (Zamith, 2011, p.21).

A atualização constante, o imediatismo, a facilidade de alterar conteúdos, maior dinamismo, a interação com o público e a exploração de novos meios jornalísticos por parte dos meios de comunicação, de forma a facilitar a informação e a torná-la mais atrativa e mais perceptível, são algumas das vantagens do jornalismo digital. Mas também existem algumas desvantagens, a começar pelo risco de lançamento de informações não verídicas, por conta da vontade do jornalista em lançar a notícia ao minuto. Este facto obrigou os meios de comunicação social a confirmarem as notícias em mais do que uma fonte, para evitarem notícias falsas e, consequentemente, enganarem os leitores, mas isto por vezes não se verifica. Outra desvantagem está ligada àquilo que Hélder Bastos, Fernando Zamith, Isabel Reis e Pedro Jerónimo chamam de crise no perfil de jornalista: "A convergência profissional também modifica o perfil dos jornalistas, que enfrentam um processo de adaptação a um novo marco tecnológico e logístico, que por sua vez exige novas aptidões profissionais e diferentes formas de organização. Estas mudanças têm um denominador comum: a crescente polivalência profissional. As empresas jornalísticas procuram cada vez mais profissionais capazes de assumir diferentes tarefas nas redacções e com versatilidade

para trabalhar em diferentes meios, de maneira contínua ou mesmo simultânea" (Bastos, Reis, Zamith & Jerónimo, 2013, p.7)

Também no leque das desvantagens está a precariedade na profissão do jornalista, uma vez que passa a trabalhar mais, para diferentes médias, e a ganhar menos, deixando de haver tempo para aprofundar e reflectir sobre os assuntos noticiados. Para finalizar, refira-se que o desaparecimento dos chamados "jornalistas de terrenos" é outra desvantagem do jornalismo digital. As redações agora são dominadas pelos takes das agências, pelas entrevistas por telemóvel, pelas notícias encontradas em jornais estrangeiros, e, por consequência, o jornalismo no terreno tem vindo a perder espaço. Assim, os jornalistas funcionam mais como intermediários na informação do que como primeira etapa na difusão das notícias.

2.6 - O rádio na internet

Agora como nunca, graças à presença da internet, o rádio está a mudar. Tal como todos os outros meios de comunicação o rádio também teve que se adaptar, transportando-se para a internet, espaço fundamental desse novo cenário, onde conceitos e regras estabelecidos são questionados e exigem atualização e renovação constantes. No artigo "Análise do discurso sobre o rádio na internet: historicidade, ideologias, convergências, divergências e perspectivas entre académicos espanhóis" (2011), os autores Marcelo Teixeira, Bento Silva e Juan Paez explicam que a "inserção do rádio na Internet redimensionou o modo pelo qual os ouvintes acedem aos conteúdos dos programas". Segundo os autores antes mencionados, graças a novas características e funcionalidades multimédia, "a radiofonia online passou a ser utilizada em novos espaços de atuação". O trio diz ainda que há quem acredita na inovação dos média como um canal de informações colaborativo que elimina as distâncias geográficas, produzindo novos géneros e novas formas de interação.

“A rádio web, nomeadamente, proporciona uma nova dinâmica de trabalho suportada por recursos interativos e que permite a transmissão da informação de forma rápida e por diferentes vias, estimulando, ainda, a partilha de conteúdos com o público, que passa a colaborar e intervir ativamente na programação em tempo real.” (Teixeira, Silva & Perona, 2011, p. 2)

Luís Bonixe explica no artigo “Jornalismo radiofónico e internet – Um estudo da evolução do uso das potencialidades online nas notícias dos *sites* da rádio” (2011) que, nos dias de hoje, o jornalismo radiofónico assume o desafio de se manter como uma janela aberta para mundo num contexto mediático extremamente povoado. Segundo o autor acima referido, esses desafios se resumem em níveis da expressividade, das plataformas e dos conteúdos. No que diz respeito aos desafios a nível da expressividade, Bonixe (2011, p.29) explica que, nesta era da convergência, é necessário que o jornalismo radiofónico tenha um conhecimento mais alargado no que toca à difusão e produção do conteúdo jornalístico, que não seja apenas através do som. Para Luís Bonixe (2011, pp.29-30) as novas circunstâncias tornam necessário que o jornalista radiofónico tenha uma linguagem multimediática, hipertextual e interativa, o que, por conseguinte, exige novos perfis de profissionais, exigindo um “up date” em termos de formação, valores e práticas profissionais. Na mesma lógica, Pinto (1999, p.75) defende que a complexidade crescente da vida social, a proliferação das fontes e das formas de aceder, gerir e fazer circular a informação, as transformações no plano económico-social e no plano cultural e ético induzidas pelas inovações tecnológicas tornam necessário repensar o quadro em que ocorre a formação inicial e contínua dos profissionais da comunicação e, em especial, dos jornalistas.

Voltando aos desafios do jornalismo radiofónico na era da internet, um outro desafio apontado por Bonixe (2011, p.30) tem a ver com as plataformas, uma vez que o jornalismo radiofónico já não chega às pessoas através de apenas a sua forma tradicional. Ele tem agora de se adaptar às novas formas de chegar ao ouvinte. O rádio informativa está na internet, nos dispositivos móveis, nas redes sociais e é aí que terá que continuar a ser importante para os cidadãos” (Bonixe: 30). Por fim, os desafios do

jornalismo radiofónico na era da internet situam-se também a nível dos conteúdos. O autor explica que fatores como a nova expressividade, menor limitação temporal e espacial e multiplicação de plataformas devem significar mais temas e vozes nas notícias desta nova rádio.

Madalena Oliveira (2013, p.83) considera que esta “atravessa nos dias de hoje um dos mais estimulantes desafios de sempre, que é o da migração progressiva do espaço hertziano para o espaço da web”. Conforme explica a referida autora, pela primeira vez na sua história, “o rádio confronta-se com a necessidade já não de viver ao lado de outras formas de comunicação, mas de convergir com elas”. Já Uribe (2006), por sua vez explica que a transição do sistema analógico para o digital e a sua difusão na web pressupõe a rutura de fronteiras locais, regionais e nacionais para ter acesso ao meio desde qualquer parte do mundo. Segundo o mesmo autor, o ingresso da rádio no ciberespaço permite que os seus canais sejam alcançados a partir de qualquer computador que tenha conexão à rede. Uribe (2006) explica que com a web a rádio diversificou os seus serviços, os seus conteúdos e emissões, dando-lhes outro ritmo de produção e distribuição diferente do modo linear conhecido, que transmite em tempo real e ao vivo.

Por seu turno Ana Isabel Reis (2011b, p.7), no resumo da sua tese de Doutoramento em Ciências da Comunicação, intitulada “O áudio no jornalismo radiofónico na internet” diz que o rádio, que durante mais de cem anos foi só som, ao entrar na internet, transformou-se, fundindo características dos dois meios. Segundo a autora, ouve-se, mas também se vê e lê, enfim é um novo meio, hipermédia e interativo, tal como todos os outros, jornais e televisões. Segundo Ana Isabel Reis (2011b, p.7), de ameaça mortal a internet passou a ser encarada como a grande possibilidade de concretizar tudo aquilo que ficou por alcançar no éter. O *medium invisível* e puramente auditivo encontra na internet um meio para superar as suas limitações hertzianas. Não se trata de uma renovação ou de uma reinvenção, mas de um novo meio que se vai descobrindo, experimentando, construindo, enfim, um novo rádio:

“O som entrou na rede no final do século XX com as primeiras experiências sonoras na internet. Inicialmente a rádio encarou o novo meio de difusão não como uma oportunidade, mas como uma ameaça. Muitos foram os que sentenciaram a morte do velho meio e houve mesmo quem antecipasse a morte da rádio tradicional em AM e FM para o início do século XXI. Mas cedo se percebeu que a internet é mais do que um mero suporte. É, simultaneamente, um novo meio de difusão, de comunicação e de expressão. Estamos perante um novo *medium* e novas formas de comunicar” (Reis, 2011a, p.1)

Ana Isabel Reis (2011a, p.27) explica também que a internet fez com que os papéis se invertessem entre a rádio e ouvinte. Segundo a autora, a internet deu ao ouvinte, que antes era dominado pela rádio e obrigado a seguir a ordenação sequencial desta, a capacidade de controlar o que quer e quando quer ouvir. Enfim “a rádio na web altera a relação até aqui estabelecida entre o ouvinte que toma contacto com o mundo ao mesmo tempo em que o vive. Com a internet, o tempo já não é o da rádio, mas sim o do ouvinte que ouve a notícia que quer, quando quer e onde quer” (Bonixe, 2010, p. 333). Ana Isabel Reis (2011a) explica ainda que a internet, que trouxe para os outros média características poderosas como a imediatez e a instantaneidade, deu à rádio uma característica que já mais foi observada na era do éter: a possibilidade de congelar o tempo e de se tornar num ilimitado arquivo sonoro. “A rádio pode estar a deixar-se vencer pelos outros cibermeios na imediatez e na instantaneidade, características que sempre foram suas. Mas, por outro lado, pode estar a ganhar uma batalha em que não participava, a de se tornar num arquivo vivo de sons do mundo” (Reis, 2011a, p.16).

Em “Rádio e Internet: novas perspectivas para um velho meio” Paula Cordeiro (s/d) fala de rádio como um meio de comunicação “extraordinariamente rico, com uma narrativa singular e para muitos, fascinante. Tradicionalmente conhecida como um meio imediato e irrepetível, a rádio, com o advento da Internet, pode redefinir-se” (Cordeiro, s/d, p.1). Segundo a autora, antes mencionada, a introdução de sistemas multimédia

vem alterar a natureza da rádio, podendo transformá-la de tal forma que nos obriga a reequacionar o conceito, questionando a validade da definição do que é o rádio e a sua comunicação. Cordeiro considera que para a rádio, a Internet pode ser encarada tanto como concorrência quanto como desafio, pela variedade que o mundo online oferece, bem como pelo desafio da adaptação ao novo meio, na pesquisa, produção e difusão de conteúdos. Ainda de acordo com Cordeiro, com a internet a rádio passa a oferecer serviços que unem ao som, elementos escritos e visuais e junta-se a outros média para estar presente e responder às solicitações do consumidor multimédia.

2.7 - A convergência levado a cabo pela Rádio Renascença

Já existem vários estudos científicos sobre a Rádio Renascença e o seu processo de adaptação e de uso das novas tecnologias digitais. Este processo teve início em 2007 quando aderiu às novas tecnologias criando um sítio, onde também é possível consultar um jornal Online, o Página 1 e ver as imagens das notícias do dia na V+” (Vilhena, 2014). Entre estes vários artigos está “A Rádio Renascença, de Portugal, e a sua reconfiguração no jornalismo” de Raquel Longhi e Lourival Júnior (2014) que apresenta a RR como uma estação que tem como estratégia de convergência editorial a produção de conteúdos noticiosos voltada para a rádio, para a internet e para a produção de vídeo. Neste sentido, o presente relatório que, conforme dito mais adiante, pretende estudar como é que a Rádio Renascença explora a convergência, inscreve-se num lastro de trabalho anterior. Mas com a diferença que o faz de um ponto de vista teórico, mas também de um ponto de vista de alguém que viveu por dentro a realidade em causa durante um período de estágio curricular. A ideia é entender como tem sido o processo de adaptação a esta nova realidade, como é que a rádio prepara os seus profissionais para o exercício do jornalismo convergente e saber até que ponto a tecnologia mudou a realidade desta rádio tradicional. E para responder às questões acima referidas, nada mais apropriado que uma entrevista a Pedro Leal, Diretor Adjunto da Rádio Renascença, que aliás defende que a única solução na era digital é a convergência de meios.

Durante a entrevista com o diretor-adjunto da Rádio Renascença, Pedro Leal, realizada presencialmente na Redação do Porto da referida estação, comecei por perguntar como funciona a emissora, a redação, o planeamento das notícias e a rotina da RR. Também

perguntei se existe uma divisão do pessoal, tendo em conta as várias plataformas que esta rádio explora e se existe algum tipo de resistência por parte de alguns profissionais. Já dentro do tema da convergência, quis saber se a Renascença organizou formações destinadas a seus jornalistas, para que se adaptassem a nova realidade. Em seguida, perguntei sobre o feedback das pessoas em relação a política de convergência e sobre o porquê da RR ter apostado neste caminho.

Pedro Leal entende que a presença nas redes sociais tem de ser de qualidade, mais efetiva e mais presente e que a única solução na era de proliferação de meios é a convergência de meios. “As pessoas querem é ver. Já ninguém admite ter uma estação de rádio sem vídeo, um sítio sem vídeo, um site sem estar bem editado e bem trabalhado, porque isso hoje são mínimos. Nem sequer é uma necessidade, é uma inevitabilidade”, defende Pedro Leal.

“Hoje as pessoas não precisam de ir a uma televisão para ver um vídeo; hoje está em qualquer sítio, portanto, a gente tem que lhes oferecer um produto acabado, não é ver um bocadinho e o resto está ali. Não pode ser assim, os produtos têm que ser totais”, prosseguiu o jornalista. Considerando que “o reinado dos meios tradicionais terminou”, Pedro Leal afirma que o público está em vários sítios. “Hoje em dia há uma maior mescla entre as audiências e uma mistura maior das mesmas, por isso é que nós temos de estar onde eles estão, onde está o público e não esperar que eles venham ter connosco”, sustentou.

“Nós somos muitos próximos a multimédia por causa do áudio. Para os jornais era muito o texto, mas para nós, como tínhamos o áudio, o texto e o áudio surgiram como naturais e depois fomos, com alguma felicidade, os primeiros a utilizar o vídeo em massa em Portugal. O que também se provou que é um caminho certo. Pedro Leal afirma que a primeira grande conquista da convergência de meios é mental, sendo que os jornalistas, os animadores e programadores precisam de começar a pensar de outra maneira. “E por muito que a gente decreta uma mudança de pensamento, essa mudança leva tempo a ser concretizada, não se consegue estalar os dedos e já estarmos na

convergência. É um trabalho que demora muito tempo, e como demora muito tempo é um trabalho que tem de ser feito diariamente”, defende o jornalista.

Para o diretor-adjunto da RR, a resistência de jornalistas à convergência de meios não tem a ver com a idade, mas sim com o mundo em que estão inseridos e se têm ou não relação e contato com as novas tecnologias. Falando da Rádio Renascença, que começou a sua experiência na Internet em 1995, Pedro Leal disse que o balanço é positivo em termos de trabalho, de retorno financeiro, mas refere também que a publicidade ainda não supera os gastos.

Para explorar as várias plataformas, Pedro Leal indicou que a RR tem uma redação estruturada com turnos para a rádio funcionar durante 24 horas e com jornalistas que produzem matérias para os diversos meios. “Mas o principal aqui é no planeamento, como é que nós pensamos os diferentes conteúdos”, salientou. Por isso, avançou que hoje a RR tem uma maneira diferente de trabalhar, com uma reunião semanal de planificação para a rádio e para as outras plataformas que explora. “Dentro das nossas capacidades, sempre que possível, quando olhamos para um tema, já tentamos olhar para o tema não na vertente única da rádio, mas na vertente dos vários meios possíveis, porque são os meios onde nós estamos presentes”, referiu. Quanto ao contato com as fontes, Pedro Leal indicou que é feito de muitas formas e depende do tipo de notícias que se quer fazer. Já a interatividade com os leitores e ouvintes, indicou que se manifesta através de três situações: correio eletrónico, comentários e telefone.

Pedro Leal diz ainda que, neste momento, por causa da imagem da fotografia e do vídeo todos os jornalistas da RR andam com um Smartphone, para que qualquer um possa, se for necessário, fazer um vídeo ou fazer uma foto. “Hoje em dia a tecnologia está tão «democratizada» que qualquer pessoa, em caso de necessidade, pode fazer um pequeno vídeo de um acidente, seja do que for, ou uma foto. Hoje em dia, nós temos meios de massa que são os Smartphone, toda a gente que vai para fora tem esses dispositivos”.

Além dos Smartphones Leal explica que a RR trabalha como um segundo nível de equipamentos, manejados por pessoas que sabem tratar do mesmo, são eles câmaras de vídeos e etc. Existem ainda, de acordo com Pedro Leal, um terceiro nível de

equipamentos que é para fazer trabalhos diferenciados, por exemplo máquinas fotográficas que filham e que permite fazer outro tipo de abordagem de conteúdos.

Quando a RR começou a estruturar a convergência de uma forma mais profissional, explica Pedro Leal, houve formações horizontais para todos os jornalistas, e que depois houve formações específicas para grupos de jornalistas para lhes pedir também mais responsabilidades nestas áreas. Mas, em termos de competências básicas, diz este responsável, todos os jornalistas tiveram formação. “Não quer dizer que todos o façam, mas que todos tiveram formação, sim” diz Pedro Leal dando conta que a Renascença é uma rádio que tem web, mas também uma rádio web porque, hoje em dia, muita gente ouve a estação sem ser pela via hertziana, já ouve por IP. “Hoje em dia, até a própria definição de rádio está a sofrer uma pequena alteração, hoje a rádio já não são ondas hertzianas, são dados, embora isto não tenha havido esta transformação mental para toda a gente incorporar esta noção. A forma como nos entregamos ao consumidor não interessa, o que interessa é o sentido como a rádio lá está” pontua Pedro Leal afirmando que não se pode medir os públicos. “Na internet nós temos muita gente, mas na rádio também se têm muita gente, embora na internet as estatísticas são sempre números muito grandes. Mas isso não se pode comparar. É por tempo de escutas, se formos multiplicar as audiências por tempo de escutas temos números enormes, portanto, não são universos comparáveis”, explica.

Agora, partindo do ponto de vista de alguém que viveu por dentro a realidade em causa durante um período de estágio curricular, pode-se dizer que a Rádio Renascença é um exemplo de sucesso de uma estação que tira proveito dos novos meios disponíveis sem alienar o meio mais tradicional. Isto vê-se na forma como as notícias emitidas nos noticiários da rádio são adaptadas à Net, com recurso ao texto, fotografias e até mesmo vídeo. Dentro deste processo de adaptação a esta nova realidade, está também a disponibilização dos noticiários no sítio da Rádio Renascença. Mas isto é um assunto que ficará melhor explicado no próximo tópico, onde se fará a análise de uma peça feita pela equipa da RR.

2.8 - Análise da peça multimédia “Uma quase-aldeia encravada entre gigantes de betão”

Nesta parte do trabalho pretende-se fazer uma análise crítica da reportagem multimédia “Uma quase-aldeia encravada entre gigantes de betão”, um trabalho elaborado pela Rádio Renascença sobre a freguesia de Campanhã, no Porto, onde há casas sem saneamento e ruas sem iluminação pública. A reportagem foi feita por ocasião das eleições autárquicas de 2013. Trata-se de uma reportagem que, em 2013, venceu o prémio na categoria de reportagem multimédia, atribuído pelo Observatório de Ciberjornalismo (Obciber) da Universidade do Porto.

A análise será feita com base em sete critérios, apresentados na obra “Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença”, que indica as principais características que permitem diferenciar esta nova forma de jornalismo das restantes. O livro é organizado em sete capítulos, assinados por sete autores de sete países diferentes, entre eles o português João Canavilhas que foi quem assumiu a responsabilidade de organizar a obra. Mais antes vai-se fazer um pequeno resumo do artigo que pode ser visto como um pequeno enquadramento teórico desta análise crítica.

A obra mostra que, de facto, nos dias de hoje existe uma enorme quantidade de informação produzida por não profissionais da comunicação. Tudo isto por conta das facilidades de acesso que são oferecidas pelos meios digitais, que facilitam a partilha de informações por meio de fotos, vídeos, sons e textos de uma forma sem precedentes. As sete características que marcam a diferença, apresentadas na obra acima citada, são a hipertextualidade, a interatividade, a memória, a instantaneidade, a personalização, a ubiquidade, a identificação e a multimedialidade.

No primeiro capítulo, quando fala da hipertextualidade, João Canavilhas (2014, pp.3-24) explica como é que as publicações online transformaram o modelo do jornalismo. E é nesta lógica que o autor explica como a produção jornalística online pode oferecer novos horizontes de leitura, através de ligações entre textos e outros elementos multimédia, organizados em camadas de informação. Por isso Canavilhas defende a hipertextualidade como uma das características fundamentais do webjornalismo.

Já o espanhol Ramón Salaverria (2014, pp.25-52) foca na multimedialidade. O autor define o conceito desta nomenclatura de acordo com a usabilidade da web e suas facetas multimidiáticas como o uso de vídeos, hipertextos, hiperlinks, etc. O autor defende que para uma informação multimédia ser atrativa e inteligível para o público é necessário que os elementos que a compõem estejam devidamente interligados, evitando-se a competição entre eles e, ao invés, procurando-se a oferta de um resultado positivo e coordenado.

Para analisar a harmonia da composição, Salavérria explica que devem ser levados em conta cinco critérios: a compatibilidade, a complementaridade, ausência de redundância, a hierarquização e adaptação. Por sua vez, o argentino Alejandro Rost (2014, pp.53-88) destaca a importância da participação do público no processo de construção e complementação da notícia. Rost explica, no mesmo artigo, que com o suporte oferecido pela internet cada indivíduo pode ser visto também como um produtor de conteúdos.

O autor, para quem a interatividade é uma das características vitais da web, entende que o webjornalismo pode contribuir para o avanço da democracia, quando assume um papel complementar ao jornalismo feito por profissionais.

Marcos Palacios (2014, pp.89-110) explica que o recurso à memória serve, frequentemente, para estabelecer pontos de comparação do evento presente com eventos passados, favorece as analogias, os convites à nostalgia, ou mesmo a apresentação do presente como um elemento para desconstruir e reconstruir os acontecimentos. Segundo o autor, a digitalização de conteúdos transformou definitivamente o papel da memória na narrativa jornalística.

Paul Bradshaw (2014, pp.111-136) mostra como, na era da instantaneidade em rede, as empresas jornalísticas têm competido em termos de velocidade, através do recurso às mais avançadas tecnologias. A competição acentua-se pelo facto de os média, atualmente, publicarem todos no mesmo espaço (o online) de maneira que a sua abordagem está globalizada. Por outro lado, e como atenta o autor, a instantaneidade não é apenas uma ferramenta ao serviço dos cibermeios, ela estende-se aos utilizadores.

Trata-se, portanto, de uma instantaneidade em publicar, mas também em consumir, e, sobretudo, em distribuir. De acordo com o autor, num mundo onde cada um de nós tem poder para ser o primeiro a noticiar, quem tem realmente vantagem competitiva não

são aqueles que se antecipam, mas antes aqueles que têm capacidade para apostar na verificação dos factos e no storytelling.

Segundo Lorenz (2014, pp.137-158), a personalização de experiências informativas pode apresentar várias formas e extensões, sendo a mais habitual deixar o utilizador seleccionar os temas mais relevantes para a criação de uma página com base em preferências pessoais. Noutra perspetiva, a personalização inclui as técnicas que permitem que as notícias vão ao encontro dos interesses dos espectadores.

Pavlik (2014, pp.59-184) explica que ubiquidade significa ser encontrado em todo lugar, no caso dos média, o conceito implica que qualquer um, em qualquer lugar, tenha acesso potencial a uma rede de comunicação interativa em tempo real. Ora, a prossecução deste sétimo princípio do webjornalismo (a ubiquidade) só se consegue com a digitalização de conteúdos, que torna possível um desenvolvimento efetivo das redes móveis de comunicação de alta velocidade em todo o mundo, a par de uma aposta na progressiva miniaturização dos aparelhos de receção. A ubiquidade remete, assim, para uma conectividade global, que poderá aumentar a capacidade de participação e comunicação dos cidadãos, não só em espaço público, mas antes em espaço global. Um cenário que favorece a entrada do jornalismo na aldeia global de Marshall McLuhan (1964).

2.8.1 - Apresentação de resultados

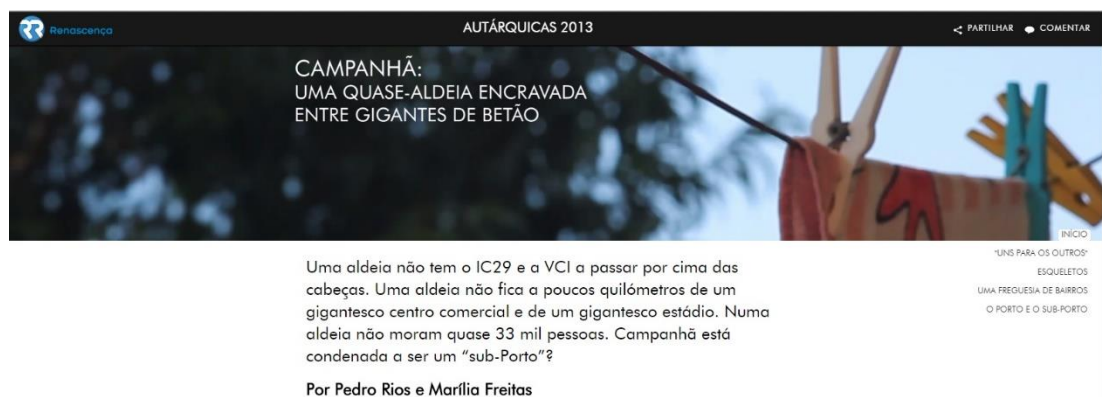
Num olhar inicial sobre a peça, começa-se, desde logo, por reconhecer que esta se organiza em duas modalidades: uma informativa, pela abordagem, tanto descritiva como explicativa, que é feita do assunto, explorado com uma certa profundidade. E outra interativa, através das ferramentas de participação e de seleção de conteúdos de que o utilizador dispõe. Partindo para uma análise mais cuidada da peça, com base nos sete elementos diferenciadores do webjornalismo já citados, assim como nas particularidades de cada um desses elementos, descritas, previamente, com base nos estudos dos autores acima referidos, pode-se constatar o seguinte:

Hipertextualidade

A reportagem multimédia apresenta algumas marcas de hipertextualidade, tais como: Barra de submenus com hiperligações que encaminham o leitor a vários sítios — à página da Rádio Renascença, às partilhas nas redes sociais, ao espaço para comentários e a mais quatro secções da página principal, são elas:

- “Início”: apresentação da peça multimédia, onde também pode-se ver, logo à primeira, uma contextualização geográfica de Campanhã, bairro da cidade do Porto onde é feita a reportagem, seguida de uma pergunta retórica que poderá levar o leitor a tirar certas conclusões. Também nesta parte, pode-se assistir um vídeo em que uma senhora do bairro relata os seus problemas, desde o desemprego à falta de condições na sua habitação;
- “Uns para os outros”: inclui peças de vídeo, reportagem escrita e foto-galeria); “Esqueletos”: contém relatos de vida dos moradores de Campanhã, contendo também fotos dos então candidatos à Câmara Municipal do Porto: ao clicar nas fotos o leitor é conduzido a uma janela onde cada um diz as sugestões que tem para resolver os problemas de Campanhã);
- “Uma Freguesia de Bairro”: é explicado que em Campanhã, concentra-se uma parte importante dos bairros sociais da cidade do Porto, alertando ao ciclo vicioso que muitas vezes se instala nestas áreas que podem ser designados de privação múltipla);
- “O Porto e Sub-Porto”: contém testemunhos e opiniões de moradores de Campanhã afirmando que o bairro tem se tornando numa sub-região onde as lojas, farmácias e demais serviços tem vindo a fechar as portas, fazendo com que o bairro se torne esquecido. Também falam em promessas não cumpridas pelas autoridades). Correndo o cursor até o final da página, pode-se ver que uma espécie de índice das quatro secções da página principal nunca deixa de aparecer (ver figura 5).

Figura 4 - Barra de submenus com hiperligações



Multimedialidade

Esta peça é composta por quatro elementos (estáticos e dinâmicos) – texto, fotografia, fotogaleria e vídeo – que, no conjunto, nos levam a falar de uma composição multimédia. No entanto, e tendo sempre em conta os critérios de Ramón Salaverría apresentados mais acima, pode-se considerar que os elementos estão devidamente interligados entre si fazendo o resultado final parecer harmonioso. Os elementos se complementam de forma favorável, já que a sua extensão parece homogênea: o texto da reportagem “Uma quase-aldeia encravada entre gigantes de betão” não é longo, o que é positivo para o tipo de leitor que dá primazias aos vídeos, às fotografias e que não quer se quer “perder” dentro do texto.

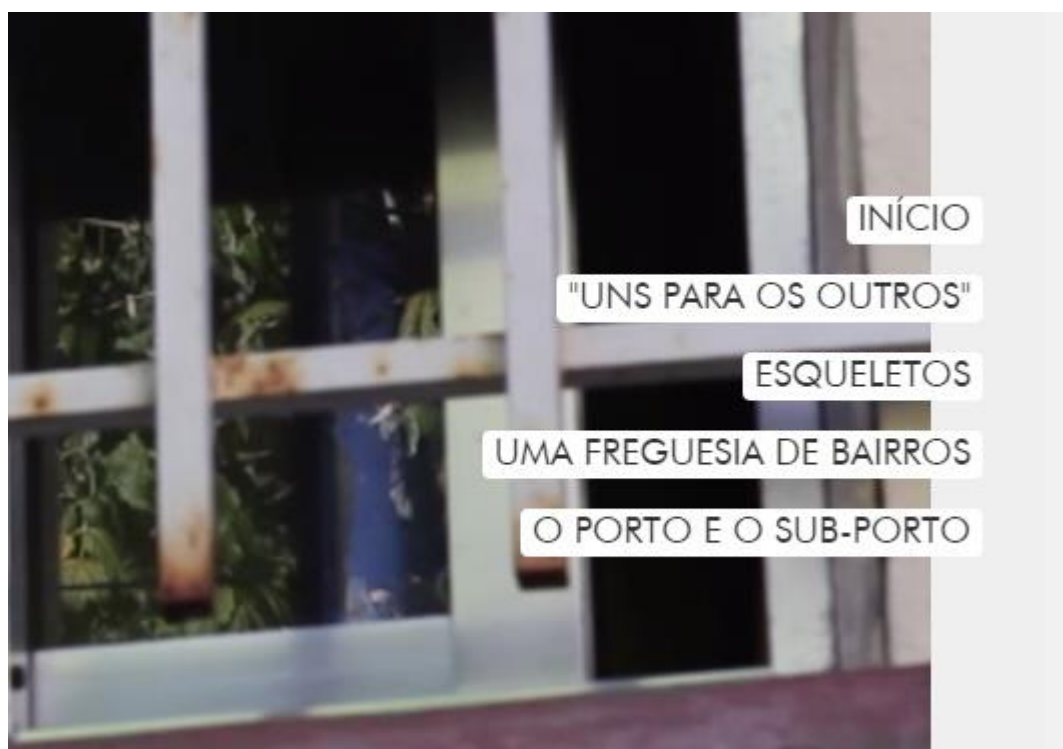
Interatividade

Tendo sempre em conta um dos princípios básicos do jornalismo *online*, esta peça almeja um envolvimento ativo dos cidadãos, dispondo de dois tipos de interatividade: Seletiva – o utilizador pode seleccionar os conteúdos que quer consultar, segundo uma ordem (espácio-temporal) que fica também a seu critério; Comunicativa – o utilizador pode servir-se de uma caixa de comentários para expressar opiniões, testemunhos, experiências, recordações ou, mesmo, para interagir com outros utilizadores.

Personalização

Ao apresentar as opções de interatividade (seletiva e comunicativa), acima mencionadas, a peça confere aos espectadores oportunidade de leitura personalizadas. Aquela leitura em que o espectador pode escolher o que quer ler. Nesta peça, a personalização ganha grande destaque ao vermos que uma espécie de índice com hiperligação para as quatro secções da página principal nunca deixa de aparecer, possibilitando assim o espectador, a qualquer momento, ir para onde lhe apetecer (ver figura 6),

Figura 5 – Hiperligações para as secções



Memória

Considerando o papel da memória na valorização do relato jornalístico, a peça em análise faz um uso expressivo deste elemento, a começar pela pergunta retórica no início da peça: “Uma aldeia não tem o IC29 e a VCI a passar por cima das cabeças. Uma aldeia não fica a poucos quilómetros de um gigantesco centro comercial e de um gigantesco estádio. Numa aldeia não moram quase 33 mil pessoas. Campanhã está condenada a ser um “sub-Porto”?”. Também ao longo da peça pode-se ver este aspeto no relato das pessoas que contam como foi Campanhã há anos. Por outro lado, ao disponibilizar uma caixa de comentários, a peça cria espaço para a memória em rede, tornando cada utilizador num produtor potencial de memória ou de testemunhos.

Instantaneidade

Embora seja uma peça cuja abordagem temática pode gozar de uma certa intemporalidade, pode-se se ver, já que foi feito por ocasião das eleições autárquicas no Porto, uma certa instantaneidade. Atribuir um espaço aos candidatos à Câmara Municipal, onde deixam as suas sugestões para a melhoria de questões que afetam o bairro, pode dar o caráter de instantaneidade à peça, uma vez que dá a possibilidade ao eleitor, antes de votar, de ouvir as soluções que cada um dos aspirantes a presidente apresenta (ver figura 7).

Figura 6 - Espaço dedicado à apresentação de soluções por parte dos candidatos à Câmara Municipal



Ubiquidade

Dado tratar-se de um produto *online*, mais ainda, de acesso livre e gratuito, está disponível para qualquer cidadão, em qualquer lugar e momento, desde que este disponha de tecnologia de recepção adequada. Por outro lado, ao possibilitar a participação dos utilizadores, esta peça favorece uma conectividade global entre os cidadãos.

2.8.2 - Discussão dos resultados

Tendo em conta a análise anteriormente exposta, pode-se verificar neste trabalho em específico uma tendência cada vez mais frequente nas práticas jornalísticas: a rentabilização de meios e recursos por parte dos jornalistas na produção de conteúdos em diferentes formatos e para diferentes plataformas. É de notar que por ser digital e multimédia, amplia as possibilidades de leitura, tornando-as mais interativas e personalizáveis pelos utilizadores que, por sua vez, passam a incluir uma audiência ilimitada, tendo em conta a natureza ubíqua da internet. Estes aspetos resultam, mais especificamente, da apresentação da informação em três camadas, segundo uma arquitetura relativamente aberta, que permite ao utilizador “trilhar” o seu caminho de leitura.

Neste sentido, o leitor não tem, necessariamente, de ler a reportagem escrita em primeiro lugar, podendo optar por qualquer um dos restantes elementos, em função das suas preferências. No entanto, na falta da leitura da reportagem textual, o conhecimento que o espetador detém do assunto relatado pode parecer limitado e superficial. Apesar da importância do texto para um entendimento mais aprofundado do assunto, é certo que para muitos leitores o conhecimento superficial que apreendem pela rápida visualização das fotografias e vídeos disponíveis poderá ser-lhes suficiente, em resultado, por exemplo, do pouco interesse ou da sua distância face ao tema.

No entanto, é de se considerar a extensão do texto, tendo em conta a cada vez mais escassa disponibilidade dos ciberleitores. Por outro lado, aceitando que a tecnologia, aliada às potencialidades da internet, pode ser usada a favor de uma leitura mais rica,

fácil e cómoda, acredito que este trabalho perde um pouco por não o fazer. Devo ainda dizer que, no caso do texto, o leitor pode copiá-lo e ler noutro lugar, noutro computador, noutro formato. Enfim, uma outra grande vantagem da reportagem estar online.

É de considerar ainda que este projeto jornalístico dispõe de uma articulação verdadeiramente equilibrada entre tecnologia e conteúdo, tudo por conta de um “diálogo” mais direto entre as peças. A opção de uma integração mais efetiva das opções tecnológicas, com as particularidades do conteúdo informativo, ajudou a tornar a composição multimédia final mais rica e apelativa e, claro, mais favorável à leitura.

No entanto, é de reconhecer, neste projeto, um interessante esforço de valorização do papel do espetador. Na verdade, ao disponibilizarem um espaço para a intervenção dos utilizadores (comentários de partilhas nas redes sociais), os jornalistas apelam à participação do cidadão, dando-lhe a oportunidade de assumir, também, o papel de *storyteller*, contribuindo para a (re) construção da própria história. Aqui está uma pequena evidência de como a tecnologia pode ser posta ao serviço dos cidadãos. Glosando Pinto-Coelho (2010, p.34), esta é uma realidade distante da descodificação proposta por Shannon e Weaver na sua teoria matemática da comunicação. Cabe-nos a nós, estudiosos e profissionais da comunicação, “a responsabilidade de criar novos modelos que possibilitem uma participação plena e consciente nesta nova paisagem comunicacional.”

Conclusão

Hoje em dia, é praticamente impossível pensar o jornalismo à margem dos progressos tecnológicos e da revolução digital das últimas décadas, dado o seu impacto na atividade dos jornalistas e no quotidiano das redações que enfrentam, agora, um período de acelerada transformação. Facto que foi possível comprovar durante o estágio realizado na Rádio Renascença. Por força da ascensão da Internet e do desenvolvimento da World Wide Web, assistimos à migração dos meios tradicionais para o digital e ao surgimento de várias publicações nativas. Estas tendências levam-nos a falar de uma nova modalidade jornalística, em eminente diálogo com a tecnologia – o webjornalismo,

jornalismo on-line ou digital, sendo ciberjornalismo a designação mais usada entre académicos e profissionais, em Portugal.

De facto, não se pode negar que à medida que o mercado tecnológico amplia a gama de inovações, novas possibilidades de produção e distribuição de conteúdos se afiguram para o jornalismo, de tal maneira que a atividade tem-se redesenhado ao ritmo da tecnologia.

O desenvolvimento da internet e a sofisticação dos equipamentos tecnológicos desencadearam mudanças significativas nas lógicas de produção, distribuição e consumo de informação com efeitos visíveis na atividade do jornalista e no papel das audiências. Este conjunto de transformações a que o ecossistema mediático se tem vindo a submeter pode ser explicado com base no processo da convergência. Este complexo fenómeno da convergência, conforme foi dito mais acima, por sua vez, contribui para a emergência de um conjunto de inovações no campo do jornalismo, sendo o ciberjornalismo um exemplo. Esta nova modalidade pode ser entendida como o resultado da adaptação do jornalismo à linguagem da internet e às potencialidades do *online*, que são, indubitavelmente, favoráveis ao surgimento de novas dinâmicas de produção jornalística, por força da interatividade, um dos elementos centrais da Era Digital. O jornalismo foi e está sendo desafiado a reinventar-se, no sentido de oferecer aos cidadãos novas experiências de consumo informativo e de estabelecer com eles um diálogo mais efetivo. Assim, surgem as reportagens interativas, capazes de potenciar o nível de atividade dos leitores que, desta forma, se tornam protagonistas de processos de leitura singulares, pelos quais reconstroem as histórias, à medida da sua subjetividade.

Cada leitura pode representar a construção de um caminho multimédia único, orientado para os detalhes ou pontos fortes da narrativa jornalística. Embora a "interatividade" continue a ser o termo mais adequado para descrever a relação entre jornalistas e leitores em espaço digital, são estes conceitos que marcam, de facto, os novos tempos de produção jornalística, espelhando os efeitos das novas tendências digitais sobre o jornalismo. Depois dos blogues, as redes sociais, como o Facebook e o Twitter, vieram ampliar as possibilidades de produção e de interação dos meios de comunicação social com os espectadores. Hoje em dia, praticamente todos os órgãos jornalísticos tendem a incorporar estas plataformas de comunicação social às suas páginas, usando-as como

meios de difusão dos conteúdos publicados nos seus *sites*. No caso da Renascença este comportamento tende a ser mais moderado, mas o diretor-adjunto da estação, Pedro Leal, garante que se está a pensar numa forma de estarem mais presentes nas redes sociais.

Pessoalmente gostei desta experiência da convergência. Para qualquer aluno português que estuda Ciências da Comunicação, não é novidade este conceito de convergência, mas para quem veio de Cabo Verde, onde existe outra realidade, um país que se encontra a alguns passos atrás de Portugal, em termos do saber fazer jornalístico, é novidade saber que as redes sociais tiveram um impacto considerável no jornalismo, e que o ofício tem vindo a ganhar novos ingredientes. Estas ferramentas que nos dias de hoje possuem um carácter imprescindível, ao ponto de, nos dias de hoje, os jornalistas não poderem ignorar as redes sociais. É que, além de servirem como fonte, servem como um espaço de partilha e interação do trabalho jornalístico. É também interessante saber que o mérito do próprio jornalista pode ser visto na quantidade de partilhas e comentários. Enfim, um conjunto de novas práticas que poderão, e muito bem, serem implementadas em Cabo Verde. Mas para isso é preciso que o profissional de informação conheça e saiba como usar as ferramentas das médias sociais, pois produzir conteúdos é diferente de navegar na rede. Por isso vejo que se torna cada vez mais necessário a formação de profissionais cabo-verdianos.

A meu ver, em Cabo Verde, a convergência não tem sido explorada, muito por culpa dos responsáveis pelos órgãos de comunicação que, limitados pela falta de conhecimento de como lidar com as novas tecnologias, continuam a insistir no jornalismo tradicional, onde não há espaço para interatividade e as redes sociais. Há que saber adaptar para tirar proveito da proximidade com as fontes e tirar rendimento da facilidade de distribuição de conteúdo. Esta é uma política que levo na bagagem para tentar implementar no jornal onde trabalho, pois o caminho está na convergência.

Referências

- Pinto, M. (1999). O jornalismo como campo social e como domínio de formação. *Comunicação e Sociedade* 12 (1-2): 75-95.
- Andrade, P. (2013). Ontologia sociológica da esfera pública digital: O caso da Web 2.0/3.0. *Comunicação e Sociedade*, 23:186 – 201.
- Araújo, G. & Rios, R. (2010). Estratégias do marketing político digital aplicadas à campanha presidencial de Barack Obama. Comunicação apresentada no *Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste*. Campina Grande – PB – 10 a 12 de Junho. Acedido em https://www.academia.edu/1180853/Estrat%C3%A9gias_do_Marketing_Pol%C3%ADtico_Digital_aplicadas_%C3%A0_campanha_presidencial_de_Barack_Obama
- Bastos, H. (2012). A diluição do jornalismo no ciberjornalismo. Acedido em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-2013-a-diluicao-do-jornalismo-nociberjornalismo.pdf>
- Bastos, H; R, I; Zamith, F; Jerónimo, P. (2013). Convergência jornalística dos média em Portugal. *Atas do III COBCIBER*. Acedido em http://sigarra.up.pt/flup/pt/publs_pesquisa.FormView?P_ID=70217
- Bolter, J. & Grusin R. (1999). *Remediation. Understanding New Media*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Bonixe, L. (2010). A rádio informativa portuguesa na internet: O estado da arte. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 7: 332-341. Acedido em <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo>
- Bonixe, L. (2011). Jornalismo radiofónico e Internet – Um estudo da evolução do uso das potencialidades online nas notícias dos sites da rádio. *Comunicação e Sociedade*, 20: 29-41 Acedido em <http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/comsoc/article/view/881/841>
- Canavilhas, J. (2012). Da remediação à convergência: um olhar sobre os media portugueses. *Brazilian Journalism Research*, 8 (1): 7-1. Acedido em <http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/viewFile/369/362>

- Canavilhas, J. (Org) (2014). Webjornalismo: 7 caraterísticas que marcam a diferença. Acedido em: http://www.academia.edu/9640216/Webjornalismo_7_carater%C3%ADsticas_que_marcam_a_diferen%C3%A7a, consultado em 19/04/2015
- Canavilhas, J; Seixas, L. (2014). Introdução e dispositivos móveis – Introdução. *Jornalismo e dispositivos móveis*, 2 (3): 2-9,9. Acedido em <http://surlejournalisme.com/rev/index.php/slj/article/view/178>
- Cordeiro, P. (s/d). Rádio e Internet: novas perspectivas para um velho meio. Acedido em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-radio-internet-novas-perspectivas-velho-meio.pdf>
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da Convergência*. São Paulo: Editora Aleph. Acedido em <http://www2.eca.usp.br/Ciencias.Linguagem/L3JenkinsConvergencia.pdf>,
- Junior, JG (s/d). A publicidade no Rádio: origem e evolução. Acedido em <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/40c31f36d4d023b0726c48094dd32b21.pdf>
- Longhi, R; Júnior, L. (2014). A Rádio Renascença de Portugal e sua reconfiguração no jornalismo online. *Lumina*, 8 (1): 1-13. Acedido em <http://lumina.ufjf.emnuvens.com.br/lumina/article/view/330/300>
- Oliveira, M. (2013). A história surda dos estudos de rádio e os desafios da investigação sobre as significações do ouvir. *Significação*, 40 (39): 71-87. Acedido em <http://www.revistas.usp.br/significacao/article/view/59951/63057>,
- Rádio Renascença. Campanhã: Uma quase-aldeia encravada entre gigantes de betão. Reportagem. link indisponível
- Reis, I. (2011a). A reconfiguração da temporalidade da rádio na era da Internet. *Comunicação e Sociedade*, 20: 13-28. <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/879>
- Reis, I. (2011b). *O áudio no jornalismo radiofónico na Internet*. Tese de doutoramento. Universidade do Minho, Braga, Portugal. Acedido em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/19749>.

- Salaverría, R.; García Avilés, J.; Masip, P. (2010). Concepto de convergencia periodística. In: López, X., Pereira, X. (Coord.) *Convergencia Digital. Reconfiguración de los Medios de Comunicación en España* (pp. 41-64). Santiago de Compostela: Servicio Editorial de la Universidad de Santiago de Compostela. Acedido em http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/23730/1/cap3_concepto_de_convergencia_a_periodistas_pp41-64.pdf
- Teixeira, M; Silva, B; Páez, J. (2011). Análise do discurso sobre o rádio na internet: historicidade, ideologias, convergências, divergências e perspectivas entre académicos espanhóis. *Revista Galego-Português de Psicoloxía e Educación*, 19 (1). Acedido em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/14347/1/An%C3%A1lise%20do%20Discurso%20sobre%20a%20r%C3%A1dio%20na%20Internet.pdf>,
- Vilhena, A. (2013). Relatório de Estágio na Rádio Renascença e Estudo de Caso sobre o “Tratamento da Informação Política na Rádio Renascença”. *Universidade do Porto*
- Vilhena, A. (2014). A convergência dos meios de comunicação social na Internet e o tratamento dado à informação política. *Prisma.com – Revista de Ciências da Informação e da Comunicação*, 22: 1-18. Acedido em http://revistas.ua.pt/index.php/prisma.com/article/download/2805/pdf_3, consultado em 19/04/2015
- Zamith, F. (2007). O subaproveitamento das potencialidades da Internet pelos ciberjornais portugueses. *Prisma.com – Revista de Ciências da Informação da Comunicação*, 4: 33-58. Acedido em <http://revistas.ua.pt/index.php/prisma.com/article/viewFile/649/pdf>,
- Zamith, F. (2011). A contextualização do ciberjornalismo. Acedido em <http://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/57280/2/zamith000148443.pdf>, consultado em 08/05/2015